

【日 時】 2012 年 4 月 27 日(金) 13 : 30～15 : 00

【回答者】 質問はQとしています。

代表取締役社長・CEO/安藤宏基 (以下E)

代表取締役副社長・COO/中川晋 (以下O)

専務取締役・CSO/安藤徳隆 (以下S)

取締役・CFO/横山之雄 (以下F)

Q : 中計(中期経営計画)の設備投資について、2012 年度も 190 億円と高水準だが、今～来年度以降どういった形のリターンがでてくるのか。

E : 麺の技術革新の為の新設のライン投資が続いている。リターンについてはここ 1～2 年の間に還元されてくると考えている。食べ続ければ良さをご理解いただけたと考えているが、まだ還元されていない状況である。「どん兵衛」・「ラ王」・「太麺堂々」・「麺職人」は他社製品と比べて品質も格段に上がっており、何年かたてば差ははっきり出ると思う。

O : 国内の即席麺ブランド「どん兵衛」・「日清焼そば U.F.O.」・「麺職人」等をバージョンアップしていく為の設備投資は、売上も好調で減価償却費分の回収は進んでいる。一方、「ラ王」・「太麺堂々」などは良い商品と認知させる為に広告宣伝が必要。この広告宣伝費用が回収を遅くしている。今後の設備投資に関して、今考えられる新しい技術革新は一定の水準までできていると思うので、国内における技術革新に関する設備投資はほぼ目処がついた。ただ常に進化を考えている会社なので、技術サイドからもっといいものが出てくれば、その際に設備投資を検討していく。また、この設備投資を海外にどう展開していくかは海外戦略の中で考える。

Q : 二回に分けて計 200 億円の(事業)投資をする予定の中国の「今麦郎日清食品」という新会社について。この会社からの持分法利益(営業外収益)が今～来年度以降どの程度期待できるのか。

E : 中国の「今麦郎日清食品」について 14.5% (正確には 14.29%) の出資比率から 2 回目の増資を進めている途中でまだ 33.4% になっていない。中国国内で 50 億食も販売しており 2 位のポジションなので今後力を入れていく。のれん代償却・収益の関係については細かいところを再計算している。

F : 最終的に持分法適用会社になった時点で開示させて頂きたい。

Q：資本政策と株主還元の P15 の資料において 180 億円ある事業投資はどういったものなのか

E：「今麦郎日清食品」への出資は予算計上している。それ以外は枠として考えている。

Q：中計と実績を比較しての大幅な未達について要因は。

F：中計の中で 2012 年度売上を 4,300 億円と計画したが今回 4,000 億円と発表したので 300 億円マイナスしている。マイナス 300 億円の内訳は国内の売上未達の 130 億円と海外分の 170 億円。東日本大震災があり、当初新技術を搭載した新しい麺の訴求より主力品の生産と販売を優先した。また資材の供給不安もあった。以上の理由で当初予定していた新展開が図れず、更に震災後のデフレ基調、国内外の資材高騰も大きく影響した。今後国内は新価値商品の価値や認知を高めるための訴求を、海外はアジアを中心としてブラジルも含め業容拡大のための投資を強化していく。工場建設から生産をして売上を計上するまで時間はかかる。現在 2012 年度までの中計の反省を含め、新たな中計の策定を考えている。

Q：次の 3 ヶ年計画発表時我々は何を期待していけばいいのか。

E：例えば、1 株当たりの収益である EPS を 200 円にするためには当期純利益は 220 億円が必要。また ROE8%については、今の収益水準では自己株消却で 300 億円くらい必要となる。まずは収益を上げていくことを第一とした上で、事業投資の検討、株主還元の意味での自己株消却も引き続き検討していきたい。

Q：海外の営業利益の増減分析(説明会資料 P5)について売上原価率上昇による利益(減少)の国別の大まかなイメージが欲しい。また原材料高騰について今後価格転嫁できるようにする為には何が必要か。

S：23 億円という原価上昇のうち、17M\$が米国の資材高騰影響分。

E：原材料が上がる時にすぐ値上げ出来るにはブランド力が必要。NO.1 ブランドは圧倒的に強い。強くなるためには NO.1 ブランドにならないといけない。あとは海外における営業力が必要である。最後の固めである営業力が強ければ原材料の値上げを価格に転嫁できていく。

Q：米国・メキシコを成長力と考えるよりそれ以外の地域で伸ばしていくのか。

S：今はアジア。世界の即席めん総需要において 36%程度をアジアが占めているのに対し、弊社の海外売上におけるアジアの売上構成比は 9%。ここ 3 年間でみると中国よりも

アジアの市場成長率が高い。中国の市場成長が若干鈍化していくのに対し、アジアはまだまだ伸びると予測している。成長ドライバーとしてはアジアだが、米国での経営の安定というのも大きなテーマ。米国は価格戦を受けやすい体質を改善する。しっかりと利益がとれる価格帯・カテゴリーへの進出が重要と考える。

Q：アメリカの売上が今年 270 億円で 2 億円しか利益が出ない計画の説明を。

S：資材高騰の影響を受けずしっかり利益が確保できるカテゴリーを更に伸ばして体質を改善したい。昨年「BIG CUPNOODLES」を発売。全米の導入率も伸びて期待できる。ただし、このような新商品は立ち上げてから利益が出るまで少なくとも 3 年程度かかる。導入費用もかかる中、黒字化も保持していかなければならず、今は 2 億円の利益で策定。現在、全カテゴリーに対する「Chow Mein」のような付加価値商品群の比率は 30% (金額ベース) だが、3 年後の 2015 年を目途に 50% くらいに変えたい。しっかり利益をとれる体質に切り替える。

Q：資料 P23 の「退職給付金を除いた営業利益」を見ると 2001 年から利益が増えていない。アジアに展開している他のアジア進出（先進国）企業は少なくとも 1 株当たりの利益が 10% くらい伸びる。更にアジアの（地元）企業ならそれ以上に伸びている。比較した場合、御社の株式はどういう特色があるのか。

E：それも次の 3 カ年計画には織り込みたい。海外の収益を明確にし、結論的には 1 株あたり利益 200 円くらいは最低やらなければいけない。また、ROE も改善したい。

Q：総資産が 4,000 億円弱のうち、現預金・有価証券が多く ROE の引き下げ要因だが、今後のバランスシートに対する考え方を。

E：事業自体の構造が一番重要だが、どんなバランスにしていけるのかも大事。自己資本比率が高過ぎるからいいとは言えないが、不安定な時代であれば自己資本比率が高い方がいい時もある。いい投資をして見合う収益還元こそが一番いい。ROE8% を意識しながら投資することが必要で、事業投資が重要と考える。

Q：決算資料の表記の仕方について現地通貨ベースでは開示して頂けないか。また、EBITDA マージンも合わせて表記頂ければグローバルの投資家として有難い。※EBITDA マージン = EBITDA / 売上高

E：ご要望はまた検討する。

了